



Pemberdayaan Pengrajin Batik Untuk Optimalisasi Produk Unggulan Batik Minang Berbasis Kearifan Lokal

Agus Irianto¹, Agusti Efi², Friyatmi^{3*}), Jean Elikal Marna⁴

^{1,3,4}Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

²Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

*) fri.yatmi@fe.unp.ac.id

Diterima 25/02/2022;
Revisi 12/05/2022;
Publish 05/06/2022

Kata kunci: batik Minang, kearifan local, pemberdayaan.

Abstrak

Batik Minang memiliki potensi yang tinggi untuk menjadi produk unggulan daerah Sumatera Barat, namun sayangnya masih terdapat berbagai hambatan yang dialami oleh kelompok pengrajin batik untuk mewujudkan hal tersebut baik itu dalam aspek produksi aspek produksi, pemasaran, maupun keuangan. Salah satu solusi yang ditawarkan dalam meminimalisir masalah yang muncul adalah dengan melatih pengrajin batik dengan skill disain dan inovasi motif batik berbasis kearifan local dan disain brand usaha mitra. Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah ini melibatkan sebelas orang pengrajin batik di Sumatera Barat yang dilaksanakan dengan metode observasi, demonstrasi, pelatihan, latihan terbimbing, praktek, FGD, dan brainstorming. Hasil kegiatan pengabdian dapat dikatakan efektif karena telah mencapai tujuan dari kegiatan ini. Hasil pelatihan memberikan skill nyata kepada mitra terhadap disain dan inovasi motif batik berbasis kearifan local. Mitra juga telah memiliki brand usaha yang dapat menjadi identitas sehingga aspek pemasaran produk batik Minang dapat lebih dioptimalkan.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author (s)

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Batik merupakan salah satu kain khas Indonesia yang memiliki motif khas yang memiliki makna tersendiri yang menunjukkan ciri khas pada daerah tertentu. Batik telah menjadi ciri khas bahkan identitas masyarakat Indonesia dan telah diproduksi secara masal dalam berbagai bentuk, diantaranya pakaian, sprei, kain panjang, sarung, tas, dan aneka asesoris lainnya. Tidak

hanya dibuat menjadi pakaian harian, namun batik juga sering digunakan dalam kegiatan formal dan fashion show pada tingkat internasional.

Perkembangan batik sangat pesat di pulau Jawa khususnya di daerah Solo, Yogyakarta, dan Pekalongan yang merupakan cikal bakal awal perkembangan batik di Indonesia. Namun saat ini hampir seluruh daerah Indonesia mencoba mengembangkan batik khas daerah masing-masing, begitu juga di daerah Sumatera Barat (Sumbar). Pemerintah daerah Sumbar terus mendorong perkembangan usaha batik lokal agar masyarakat tidak lagi bergantung kepada produksi batik Jawa sekaligus untuk meningkatkan rasa cinta masyarakat Minang menggunakan produk lokal. Salah satu upaya pemerintah dalam mengembangkan batik khas Minang adalah dengan menjadikan batik khas Sumbar sebagai salah satu pakaian dinas Aparat Sipil Negara di lingkungan Pemprov Sumbar yang digunakan setiap hari Kamis sesuai dengan Surat Edaran Gubernur Sumbar nomor 01/ED/GSB-2021 tanggal 3 Maret 2021. Surat edaran tersebut sebagai salah satu wujud nyata pemerintah untuk memajukan batik khas Minang sebagai produk unggulan daerah.

Upaya menjadikan batik Minang menjadi produk unggulan daerah bukanlah suatu hal yang mudah. Terdapat berbagai kendala pengrajin batik local dalam mengembangkan batik di Sumatera Barat. Berdasarkan hasil observasi pada kelompok pengrajin batik dan penggiat batik Sumbar ditemukan beberapa kendala berikut. Permasalahan pertama terkait dengan ketersediaan bahan baku. Pada umumnya bahan baku pembuatan batik masih didatangkan dari Jawa karena belum ada industri yang memproduksi bahan baku di wilayah Sumbar. Bahan baku berupa kain, benang, pewarna, malam, bahkan canting juga didatangkan dari Jawa. Pengiriman bahan baku dari Jawa ke Sumbar tentunya membutuhkan biaya transportasi yang tidak sedikit yang menyebabkan tingginya biaya produksi pembuatan batik. Meskipun saat ini telah ada beberapa UMKM yang menjual batik khas Minang, namun daya beli masyarakat terhadap batik tersebut masih rendah yang disebabkan oleh harga jual batik tersebut relatif masih mahal.

Permasalahan kedua berhubungan dengan proses produksi. Kapasitas produksi sulam dan batik handmade sangat terbatas jumlahnya karena dikerjakan oleh tenaga manusia dengan menggunakan peralatan tradisional. Disamping itu, tidak banyak juga SDM Sumbar yang terampil menyulam dan membatik, sehingga menyebabkan proses produksi menjadi lama karena keterbatasan kemampuan SDM. Sisi positif dari sulaman dan batik handmade ini adalah hasil pengerjaannya lebih bagus daripada produk massal yang dihasilkan oleh mesin, namun di sisi lain harga produk handmade memiliki relatif jauh lebih tinggi dibanding produk dari mesin. Hal ini menyebabkan sulaman handmade Sumbar menjadi kalah saing dengan serbuan sulaman Tasikmalaya yang memiliki harga relatif terjangkau. Sulaman Tasikmalaya dibuat mirip motifnya dengan dengan sulaman Sumbar namun diproduksi secara massal menggunakan mesin sehingga bisa dijual dengan harga relatif murah. Sulaman Tasik tersebutlah yang sekarang banyak dibeli oleh masyarakat, bahkan sering dijadikan baju seragam di berbagai instansi di Sumbar karena harganya yang terjangkau. Sebagian masyarakat Sumbar tidak sadar jika itu bukanlah sulaman Sumbar karena motifnya yang sangat mirip.

Masalah ketiga terkait dengan spesifikasi produk. Bentuk dan disain motif produk batik khas Minang belum bervariasi. Motif batik yang tersedia masih terbatas dan belum ada inovasi motif batik kekinian yang mampu mengadaptasi kebutuhan kalangan muda sehingga animo masyarakat Sumbar untuk membeli batik masih belum terlalu tinggi. Disamping itu, bentuk batik yang dijual juga monoton masih berbentuk kain lembaran. Kain batik memang lebih fleksibel dijual karena dapat diolah sesuai dengan kebutuhan pengguna, namun di sisi lain pembeli harus mengeluarkan dana ekstra untuk biaya jahit agar batik berubah menjadi produk jadi yang diinginkan konsumen. Tingginya biaya jahit pakaian di kota Padang semakin membuat konsumen

tidak tertarik untuk membeli bahan batik, disamping harga bahan batiknya sendiri juga sudah tergolong relatif tinggi.

Permasalahan keempat yang dihadapi oleh mitra adalah masalah manajemen. Mitra yang masih beranggotakan industri rumah tangga belum memiliki manajemen yang baik terkait dengan perencanaan produksi, sistem persediaan, sistem pembukuan dan pelaporan keuangan, apalagi analisis laporan keuangan, auditing, dan perpajakan. Pengrajin masih membutuhkan pendampingan terkait tata kelola unit usaha yang baik terutama pendampingan dalam menyusun analisis biaya produksi sehingga bisa diperoleh rasional harga jual yang layak dan terjangkau oleh masyarakat.

Permasalahan kelima yang dialami oleh pengrajin berhubungan dengan pemasaran produk. Saluran distribusi produk batik khas Minang belum terlalu banyak dan pengemasan produk yang belum menarik mengakibatkan batik khas Minang belum terlalu dikenal oleh masyarakat. Diperparah lagi dengan pandemi covid yang menyebabkan rendahnya kunjungan wisatawan sehingga tingkat penjualan produk souvenir khas daerah Sumbar menjadi rendah. Oleh sebab itu dibutuhkan teknik pemasaran yang mampu mengatasi keterbatasan tersebut.

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah diungkapkan di atas, maka program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada mitra pengrajin batik agar dapat batik sebagai produk unggulan daerah dengan cara disain motif batik kekinian dan disain brand batik untuk mendukung pemasaran.

Solusi dan Target

Berdasarkan permasalahan prioritas yang telah ditetapkan bersama dengan mitra, maka terdapat dua solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Solusi pertama berupa inovasi disain motif batik khas Minang kekinian. Pengrajin batik juga harus memiliki kemampuan untuk membuat disain batik sendiri, tidak hanya meniru motif batik yang telah ada. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah pembinaan keterampilan desain disain batik. Pengrajin akan diberi penguatan terhadap disain motif batik khas Minang yang juga menonjolkan ciri kekinian agar batik bisa disukai oleh semua kalangan masyarakat. Kegiatan ini menghadirkan instruktur yang berpengalaman di bidang disain motif batik. Solusi kedua berkaitan dengan aspek pemasaran dengan cara membuat brand mitra. Logo dan merk dagang merupakan identitas sebuah produk yang akan membedakannya dengan produk sejenis. Produk batik khas Minang yang dihasilkan oleh pengrajin batik seharusnya juga memiliki identitas berupa logo dan merk tersendiri. Berdasarkan solusi yang ditawarkan maka target luaran yang ingin dicapai dalam program pengabdian ini adalah 1) terdapat inovasi disain motif batik khas Minang yang dihasilkan oleh mitra, 2) dihasilkannya disain logo batik khas Minang untuk mitra.

METODE PELAKSANAAN

Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah dilaksanakan dari bulan April- November 2021. Terdapat dua aspek yang ingin dicapai dalam program ini di tahun pertama pelaksanaannya, yaitu aspek produksi berupa inovasi disain motif batik Minang dan aspek pemasaran berupa desain logo produk batik. Kedua aspek tersebut dilaksanakan dalam bentuk observasi, demonstrasi, pelatihan, latihan terbimbing, praktek, FGD, dan brainstorming. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan yaitu tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan analisis kebutuhan dengan melakukan observasi awal terkait masalah yang dirasakan oleh mitra, menyusun rencana pelaksanaan kegiatan, dan mempersiapkan sumber daya. Tahap pelaksanaan dengan memberikan pelatihan inovasi disain motif Batik Minang, dan membuat rancangan desain logo produk batik. Tahap evaluasi dilaksanakan dengan mengukur

kepuasan mitra terhadap rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Kepuasan mitra diukur dengan wawancara langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilaksanakan dengan melakukan analisis kebutuhan hingga mendisain rancangan kegiatan yang akan dilaksanakan. Secara rinci tahapan persiapan dimaksud diuraikan lebih detail sebagai berikut.

- a. Melakukan observasi awal dan FGD terkait masalah yang dirasakan oleh mitra saat ini
- b. Menyusun rancangan pelaksanaan kegiatan dan mempersiapkan sumber daya yang dibutuhkan untuk implementasi program.
- c. Diskusi bersama mitra dalam menetapkan jadwal pelaksanaan kegiatan.
- d. Menghubungi narasumber yang dibutuhkan untuk melatih dan memfasilitasi kebutuhan mitra untuk disain motif dan logo/merk
- e. Mempersiapkan bahan-bahan

2. Tahap Pelaksanaan

a. Pelatihan inovasi motif batik

Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara pelatihan langsung dengan menghadirkan ahli dalam disain motif batik dan ahli disain grafis. Terdapat dua topik utama dalam pelatihan ini yaitu 1) Pembuatan Desain dan Pola Batik, 2) Transformasi Budaya Lokal dalam Pelestarian Batik sebagai Budaya Nusantara. Kegiatan ini dihadiri oleh 10 orang mitra pengrajin batik. Pada pelatihan ini peserta dibekali dengan berbagai disain dan pola batik mulai dari motif-motif klasik hingga motif batik modern yang dapat diaplikasi untuk berbagai jenis batik. Peserta juga dibimbing terkait teknik penyatuan motif pada bidang dua tepi bidang kain sehingga menghasilkan pola motif yang tidak terputus jika kedua sisi kain tersebut disatukan.

Pada kegiatan pelatihan ini dilaksanakan juga FGD antara pengrajin batik, tim ahli, dan tim pelaksana mengenai motif batik Minang berbasis kearifan lokal. Pengrajin batik diharapkan mampu mengembangkan disain motif batik yang menonjolkan khas motif Sumatera Barat. Beberapa motif batik Minang yang telah ada saat ini diantaranya motif rumah gadang, rangkiang, dan kaluak paku. Hasil FGD merekomendasikan untuk mengembangkan motif yang lebih spesifik yang melambangkan ciri khas/icon Sumatera Barat, yaitu pohon Andaleh dan burung Kuao. Kedua unsur tersebut saat ini sudah langka, sehingga dengan mewujudkannya dalam bentuk motif batik akan menjadi warisan budaya untuk melestarikan identitas daerah Sumatera Barat kepada generasi penerus.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan, demonstrasi, dan praktek

Inovasi motif batik dari kedua unsur di atas sebagai ciri berbasis kearifan lokal Sumatera Barat karena memiliki urgensi sebagai sumber ide dan gagasan yang khas. Kekhasan berbasis kearifan local memiliki potensi yang lebih unggul karena bersifat jangka Panjang dibanding dengan trend yang mengalami perubahan cepat (Nurchayanti & Affanti, 2018). Motif yang berbasis kearifan lokal biasanya menggambarkan potensi alam dan ragam budaya yang kaya akan makna. Motif-motif tersebut dapat menjadi daya tarik bagi pengrajin dan konsumen sehingga secara tidak langsung dapat digunakan untuk menjaga eksistensi budaya sebagai bagian dari eksistensi bangsa (Handayani, 2018). Disamping melestarikan budaya, produk berkearifan lokal juga lebih disukai masyarakat karena menunjukkan ciri khas suatu budaya (Hardininingtyas, 2016)

b. Disain Logo

Logo merupakan identitas unik suatu entitas yang akan membedakannya dengan entitas lain. Agar dapat menghasilkan logo yang mencirikan identitas mitra, maka dilakukan metode analisis SWOT yang dilaksanakan dengan brainstorming. Mitra yang akan dirancang logonya merupakan masih pengrajin pemula yang sudah memiliki produk dan omset penjualan, namun belum memiliki logo usaha. Disain logo diawali dengan brainstorming terkait karakteristik mitra dan kemudian disusun analisis SWOT untuk merancang logo usaha.

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

STRENGTH	WEAKNESS
original handmade motif khas bahan alami	belum adanya logo kurangnya promosi di media sosial masih tergolong baru belum adanya tagline
OPORTUNITY	TREAT
batik dengan motif khas pengerjaan cepat kombinasi cap dan tulis	hanya memproduksi 1 jenis kain belum menjadi produk (masih bahan) banyaknya pesaing produksi batik

Berdasarkan karakteristik mitra dan hasil analisis SWOT di atas maka dirancang beberapa simbol sebagai inspirasi logo batik. Berdasarkan disain awal alternatif logo batik

kemudian akan dilakukan diskusi lebih lanjut mengenai keinginan mitra terhadap logo usahanya. Proses ini terus berlanjut sampai beberapa tahapan hingga dihasilkan logo yang tepat.

Disamping sebagai identitas usaha, logo memiliki peranan penting sebagai sarana komunikasi visual untuk mempromosikan produk kepada konsumen (Wahmuda & Hidayat, 2020, Septian, 2021). Hal ini disebabkan karena konsumen akan lebih cepat menangkap pesan visual dibanding pesan verbal. Sehingga promosi produk melalui logo akan lebih merangsang daya tarik konsumen. Daya tarik inilah yang pada akhirnya dapat berwujud menjadi daya beli terhadap produk batik Minang.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan wawancara terhadap lima orang pengrajin batik. Pemilihan ini berdasarkan pada perwakilan masing-masing kelompok batik dan paling aktif mengikuti kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra merasakan manfaat yang sangat tinggi dengan adanya kegiatan PPPUD. Pengrajin bisa memperoleh ilmu-ilmu baru yang selama ini lebih banyak diperoleh secara otodidak sehingga dilaksanakan dengan system try and error. Pengrajin menjadi lebih paham cara membuat motif dan pola motif yang tidak terputus. Mitra menjadi lebih semangat untuk semakin berkarya dengan menghasilkan motif-motif khas batik Minang yang belum ada di pasaran sehingga semakin menambah khasanah motif bating Minang berbasis kearifan lokal. Upaya yang dilakukan mitra tersebut secara tidak langsung akan semakin meningkatkan daya saing batik menjadi Produk Unggulan Daerah Sumbar.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tidak terlepas dari berbagai kendala yang muncul di lapangan. Kendala yang dihadapi diantaranya 1) keterbatasan skill pengrajin dalam disain grafis sehingga sulit untuk membuat disain motif batik secara terkomputerisasi, 2) masih tingginya kasus covid di awal tahun 2021 mengakibatkan pelatihan tatap muka dengan mitra menjadi terhambat dan baru bisa dilaksanakan setelah pertengahan tahun, itupun dilaksanakan dengan standar protocol Kesehatan yang ketat dan jumlah peserta yang terbatas. Namun demikian, kegiatan yang dilakukan disambut positif dan semangat tinggi peserta sehingga mampu melahirkan inovasi motif batik berkearifan lokal yang semakin menambah koleksi motif batik Minang dan mitra pengrajin batik yang memiliki logo usaha sehingga pemasaran produk batik menjadi lebih efektif.

KESIMPULAN

Usaha pengembangan batik Minang menjadi produk unggulan daerah Sumbar dihadapkan kepada berbagai tantangan terutama terkait aspek produksi dan pemasaran. Solusi alternatif yang dapat dilakukan adalah dengan pemberdayaan pengrajin batik dengan skill inonasi disain motif batik agar produksi batik Minang memiliki motif yang variatif sehingga mampu menarik daya beli masyarakat terhadap batik local. Motif burung kua dan pohon andaleh sebagai alternatif disain motif batik khas Minang dipilih untuk dikembangkan karena merupakan icon khas Sumatera Barat yang sangat penting dikembangkan karena sudah terlupakan. Pada aspek pemasaran pembuatan logo usaha mitra merupakan hal yang sangat penting dilakukan untuk memberi identitas usaha mitra sehingga memiliki keunikan dibanding usaha lain.

Hasil kegiatan pengabdian dapat dikatakan efektif karena telah mencapai tujuan dari kegiatan ini. Hasil pelatihan memberikan pengetahuan nyata kepada pengrajin batik terhadap disain dan inovasi motif batik berbasis kearifan lokal. Mitra juga telah dibuatkan logo usaha yang

dapat menjadi identitas dan keunikan sehingga dapat mampu mengoptimalkan usaha pemasaran produk batik Minang.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, W. (2018). Pedagogi estetik berbasis kearifan lokal melalui kriya nusantara batik cianjur. *Journal of Urban Society's Arts*, 5(2), 59-65.
- Hardininingtyas, D., Tama, I. P., Eunike, A., & Andriani, D. P. (2016). Studi faktor kansei pada produk berbasis kearifan lokal (studi kasus: batik malangan). *Journal of Engineering and Management in Industrial System*, 4(2), 151-160.
- Nurchayanti, D., & Affanti, T. B. (2018). Pengembangan Desain Batik Kontemporer Berbasis Potensi Daerah dan Kearifan Lokal. *Jurnal Socioteknologi*, 17(3), 391-402.
- Septian, N., Malik, Y. A., Saijunus, M., Rohaeni, N., & Rukmana, R. M. (2021, September). Pendampingan Usaha Batik Banyu Amarta Melalui Pembuatan Media Promosi Produk Batik. In *SNPKM: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 3, pp. 83-90)*.
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain Logo dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan UKM Benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 147-159